

## **Rede von Gisela Burckhardt, FEMNET, auf der Hauptversammlung 2018 von Zalando am 23. Mai 2018 in Berlin**

### **Zalando: Was das Unternehmen schreibt und was es tut**

#### **1. Nachhaltigkeit - Siegel**

Zalando behauptet in seinem Geschäftsbericht 2017: „**Unser Ziel ist es, eine führende Online-Destination für nachhaltige Mode zu werden.** Viele schöne Versprechen, doch was macht Zalando wirklich?

Zalando bietet auf seinem Portal vor allem nicht nachhaltige Mode an. Zalando hat nur ein kleines Angebot an nachhaltigen Produkten.

Bei der Mode, die Zalando nicht ausdrücklich als „Nachhaltige Mode“ anbietet, stellt das Unternehmen keine eigenen Nachhaltigkeitsstandards auf. Zalando zeigt somit keine Bemühungen, um seine junge Marke mit Mindeststandards in Sachen Nachhaltigkeit zu verbinden. Zalando nutzt seinen hohen Bekanntheitsgrad und seine Marktführerschaft nicht, damit mehr fair produzierte Kleidung und Schuhe gekauft werden. Stattdessen geht es dem Unternehmen nur darum, den Konsum und den damit verbundenen Ressourcenverbrauch zu steigern.

#### **Zum sogenannten nachhaltigen Angebot:**

Auf der Webseite steht: „Aktuell nehmen wir nur solche Artikel in unser nachhaltiges Sortiment auf, die mindestens ein Zertifikat vorweisen können – wie etwa den Global Organic Textile Standard (GOTS) oder Fairtrade.“ – wäre schön, trifft aber nicht zu, sehr viele Artikel haben nur Verweise auf BCI.

Ø Nh Mode ist auf Webseite schwer zu finden, es gibt kostenlose Stilberatung, wo bleibt kostenlose Beratung zu NH Mode?

Wir setzen unsere Expertise in Tech und Mode schon heute ein, um unseren Kunden ein attraktives Angebot und Transparenz zu bieten und fundierte Kaufentscheidung treffen zu können. Wir bieten zum Beispiel die Möglichkeit, im Fashion Store nach Kennzeichen wie z. B. Fair Trade, vegan oder Bio-Baumwolle zu suchen und bauen diese Angebote kontinuierlich aus. Auf Wunsch beraten unsere Zalando Stylisten speziell zu nachhaltiger Mode - kostenlos.

Ø Bei Damen und Herren gibt es die Unterkategorie „neu“ und dort eine Rubrik zu Nh Mode und bei Kindern unter Marken lassen sich nh Styles finden, alles ziemlich versteckt und am Ende der mageren Angebote stehen dann immer Hinweise auf andere Marken, nicht so nachhaltige – kann man mit einem solch verstecktem Angebot führende Online-Destination für nachhaltige Mode werden?

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine der führenden Online-Shopping Destinations für nachhaltige Mode zu sein. Das bedeutet für uns, dass wir unseren Kunden transparente Navigationsmöglichkeiten durch unser nachhaltiges Mod Sortiment bieten, unseren ökologischen und sozialen Fußabdruck der Produkte bei unseren Eigenmarken stetig verbessern und uns mit neuen Partnern und Experten zusammenschließen, um Nachhaltigkeit in der Modeindustrie zu fördern.

Darüber hinaus möchten wir die Auswahl an nachhaltiger Mode bis 2020 kontinuierlich erhöhen, was wiederum unsere Möglichkeiten steigert, in unserer Rubrik "Get the Look" die passenden nachhaltigen Produkte zu empfehlen.

Ø Zudem werden auch Shirts aufgeführt, z.B. von Esprit, obwohl es keine Erläuterung dazu gibt, was daran nh ist

Die Erläuterung zu der Nachhaltigkeitskennzeichnung findet sich auf der Produkt Detail Seite, gut sichtbar neben Angaben wie Material und Pflegehinweise. Alle Produkte in unserem Shop, die wir unseren Kunden als nachhaltige Mode empfehlen, werden mit den entsprechenden Zertifizierungen oder Nachhaltigkeitserklärungen/Informationen versehen. Viele Brands sind aus unterschiedlichen Gründen nicht zertifiziert, nutzen aber nachhaltigere Materialien. Um unseren Kunden auch diese Artikel zugänglich zu machen, haben wir unter anderem das Label „Umweltfreundliche Materialien“ entwickelt und weisen damit Artikel aus, die nachhaltig beschaffte Materialien beinhalten oder die Umwelt geringer belasten. Für die Auswahl der Materialien haben wir verifizierte Daten zur Bewertung des Lebenszyklus verwendet. Dazu zählen der Bericht über bevorzugte Fasern der [Textile Exchange](#), der MADE-BY [Environmental Fibre Benchmark](#) sowie der [Material Sustainability Index](#) von der Sustainable Apparel Coalition. Beispiele hierfür sind unter anderem TENCEL® / Lyocell, Leinen und Hanf.

Ø Zalando führt neben Zertifikaten wie GOTS und IVN eigene Zertifizierungen auf wie „umweltfreundliche Materialien“, worunter Baumwolle fällt, zertifiziert von BCI (Better Cotton Initiative)

Wir arbeiten ständig daran, unser nachhaltiges Sortiment zu erweitern sowie unsere Produktinformationen zu verbessern, in Zusammenarbeit mit vielen Partnern und Experten.

Ø Better Cotton Initiative erlaubt genmanipuliertes Saatgut und den Einsatz von Chemikalien, nur ein bisschen weniger als bei konventioneller Baumwolle – bio ist das nicht. Alle Label und Zertifikate haben einen sehr unterschiedlichen Anspruch und Fokus. Wir arbeiten ständig an unserer Nachhaltigkeitskennzeichnung, um dem Kunden transparent zu machen, warum wir Artikel als nachhaltig ausweisen und wo der Unterschied zwischen den einzelnen Labels und Zertifikaten liegt. Für mehr Informationen über die positiven ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen der Better Cotton Initiative, siehe bitte <https://bettercotton.org/stories-from-the-field/>

## Fragen:

1. Wie hoch ist der Anteil der sogenannten NH Mode am Gesamtsortiment von Zalando? Allein in Deutschland haben wir aktuell über 6.000 Artikel im Angebot. Verglichen mit dem Gesamtsortiment mag das nur ein kleiner Anteil sein, im Hinblick auf den Markt nachhaltiger Mode ist das allerdings bereits eine große Auswahl. Markt und Angebot entwickeln sich jedoch weiter und so werden wir in den nächsten Jahren auch mehr Artikel mit einem Nachhaltigkeitsattribut anbieten können.

Ø Warum gibt es „Zalando Organic Cotton Label“ – also ein nicht zertifiziertes eigenes Label – und parallel dazu das glaubwürdige GOTS-Label oder FT-Label?

Zertifizierungen sind wichtig, weshalb wir einige (GOTS, OCS, Fairtrade, etc) explizit auf der Produktseite ausweisen, zusammen mit Zertifikatnummer und Prüfungsinstitut. Zum Beispiel: <https://www.zalando.de/knowledge-cotton-apparel-basic-regular-fit-o-neck-tee-t-shirt-basic-kn222o011-m12.html>. Es ist jedoch auch bekannt, dass der reine Fokus auf Zertifikate die Realität nicht abbildet. De facto gibt es viele nachhaltige Produkte, die als solche nicht ausgewiesen sind, da viele Brands aus verschiedenen Gründen nicht zertifiziert sind, auch wenn sie zum Beispiel Bio Baumwolle für ihre Produkte nutzen. Um unseren Kunden auch diese Informationen transparent zu machen, haben wir über Zertifikate hinaus gearbeitet und das Label „Zalando Organic Cotton“ eingeführt. Produkte mit diesem Label erbringen Nachweise des Einkaufs von Bio-Baumwolle (z.B. OCS Transaktions-Zertifikate). Unsere Kunden finden die Beschreibung aller Zertifikate und auch unseres Organic Cotton Labels auf der Produktseite.

Wir wollen Nachhaltigkeit aus der Nische holen und Kunden transparent zu Nachhaltigkeitsinitiativen von Brands und Produkten informieren. So hoffen wir, Nachhaltigkeit sichtbarer zu machen und Kunden eine bessere Grundlage für ihre Kaufentscheidung zu geben.

Zalando könnte:

è viel mehr nachhaltige Mode präsent platzieren, damit mehr Leute sie finden und kaufen,

è allen Artikeln auf seiner Plattform GOTS bzw. Fairtrade-zertifizierte Alternativen gegenüberstellen,

Wir sind der Meinung, dass es hier kein Schwarz und Weiß gibt. Es gibt keinen klaren Stempel für “nachhaltig” und “nicht nachhaltig”. Eine Gegenüberstellung wäre unserer Meinung nach daher kontraproduktiv, auch für die Verbreitung von Mode mit immer höheren sozialen und ökologischen Standards.

è zu allen Artikeln auf seiner Plattform den Websitebesucher mit Informationen für nachhaltige Kaufentscheidungen versorgen (z.B. Haltbarkeit, Energieverbrauch/CO2-Ausstoß/Trinkwasserverbrauch bei der Produktion, Lieferkette)

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine der führenden Online-Shopping Destinations für nachhaltige Mode zu sein. Das bedeutet für uns, dass wir die Auswahl an nachhaltiger Mode bis 2020 kontinuierlich erhöhen und unseren Kunden transparente Navigationsmöglichkeiten bieten. Hier sind wir auf das Angebot angewiesen. Da der geschätzte Anteil von nachhaltiger Mode am Gesamtmarkt nur 1% beträgt, ist die Menge von nachhaltigen Artikeln leider noch begrenzt. Wir arbeiten eng mit unseren Markenpartnern zusammen, um das zu ändern. Wir haben uns auch deshalb entschlossen, Nachhaltigkeitsattribute der Produkte in unserem Shop sichtbar zu machen und tragen damit zur besseren Informationslage für unsere Kunden bei.

## 2. Transparenz

Geschäftsbericht 2017: „Transparenz über unsere Lieferkette zu gewinnen, ist ein wichtiger Schwerpunkt für uns. 2017 haben wir damit begonnen, die Prozesse in Tier 2 zu erfassen, um die entsprechenden Beschaffungspartner auf dieser Ebene ausfindig zu machen und nachzuverfolgen.“

Glückwunsch, das ist ein guter Ansatz!

Nur: Das bleibt alles geheim, nichts davon wird veröffentlicht! Nicht einmal tier 1, also die Lieferkette bis zur Konfektion wird von Zalando bei den Eigenmarken veröffentlicht! Da sind andere Marken viel weiter, siehe Esprit, Hugo Boss, Tchibo, Lidl, Aldi uvm.

Hier wird der Gegensatz von dem was Sie behaupten und was Sie tun, besonders deutlich. Sie machen das was die meisten Unternehmen tun: schön reden, aber nichts tun oder sogar das Gegenteil von dem tun, was man verspricht.

Frage: Wann wird Zalando seine Lieferkette offenlegen?

Wir legen großen Wert darauf, Transparenz und faire Bedingungen in der Lieferkette unserer jungen Eigenmarken zu schaffen. Hierfür ergreift unsere Eigenmarken-Firma zLabels diverse Maßnahmen (Sozialstandards, Audit-Programme, Factory Improvement Program, etc.). Aktuell veröffentlichen wir im Geschäftsbericht bereits die Anzahl der Lieferanten und Fabriken, mit denen zLabels zusammenarbeitet sowie die Beschaffungsländer mit dem jeweiligen Einkaufsvolumen in Prozent.

Die Veröffentlichung einer Fabrikliste ist ein wichtiger Schritt, aber nur ein Teil der gesamten Arbeit, die zLabels derzeit unternimmt, um bessere und stabilere Beziehungen mit der Lieferkette zu schaffen und somit dazu beizutragen, bessere Arbeitsbedingungen und nachhaltigere Geschäftspraktiken zu schaffen.

In den vergangenen Jahren hat das Team hart daran gearbeitet, engere Beziehungen zu den Lieferanten aufzubauen und Programme zur Verbesserung der Fabriken zu implementieren, die über das Auditing hinausgehen und die Fabriken "vor Ort" unterstützen. Wir haben alle Maßnahmen zur Verbesserung der Kapazitäten, die zLabels in den Beschaffungsländern umsetzt, mit Partnern wie der ILO Better Work transparent kommuniziert. 20% der Produkte werden derzeit in Fabriken hergestellt, die an einem dieser Programme teilnehmen. Bis Ende dieses Jahres plant zLabels, diese auf 25% zu erweitern. Viele Herausforderungen in diesem Bereich können nicht alleine gelöst werden und deshalb beteiligen wir uns aktiv an Industrie Bündnissen.

Uns liegt viel daran, die Rückverfolgbarkeit in unserer Lieferkette zu gewährleisten, um zunächst zu verstehen, wo die Produkte von unseren Geschäftspartnern kommen, und diese Arbeit in den kommenden Jahren fortzusetzen. Ziel von zLabels ist es, bis Ende 2019 die wichtigsten strategischen Tier-1-Geschäftspartner, die einen Großteil unseres Business ausmachen, zu veröffentlichen und diese Liste kontinuierlich zu erweitern. Wir sind uns bewusst, dass viele der Probleme, mit denen wir konfrontiert sind, in der Modebranche endemisch sind und diese Arbeit den Beginn einer langen Reise der Zusammenarbeit mit anderen Marken, Organisationen, Beratungsfirmen, NGOs und Regierungen darstellt. Als junges Unternehmen stellt das für zLabels eine große Herausforderung dar, die das Team mit viel Energie angeht.

### 3. Lieferkette der Eigenmarken - Auditierung

Zalando bezieht laut Geschäftsbericht Waren von 272 Lieferanten und 450 Produktionsstätten. zLabels besteht aus 17 verschiedenen Eigenmarken, die aus 24 verschiedenen Ländern Produkte beziehen. Die wichtigsten Beschaffungsländer sind China (46 %), Türkei (10 %), Indien (10 %) und Bangladesch (8 %)

#### Fragen:

ö In Ihrem Geschäftsbericht 2017 steht: „Unter der Leitung unseres Einkaufsteams führen wir überdies ein Supplier Partnership Program (SPP) bei zLabels, das die Leistung der Lieferanten u. a. anhand der Faktoren Qualität, ethischer Handel, Produktsicherheit, Logistik und Finanzen bewertet.“ Was genau heißt hier „ethischer Handel“ Welche Kriterien legen Sie zugrunde?

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt in unserer Lieferkette bewusst. Für sämtliche auf unserer Plattform angebotenen Produkte möchten wir den sorgsam und ethisch korrekten Umgang mit Mensch, Umwelt und Tier sicherstellen. Alle Lieferanten, Fabriken und Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex unterzeichnen. Dieser orientiert sich an den Grundsätzen der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte (AEMR) sowie dem Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization ILO). Mit unseren seit 2014 geltenden unternehmensweiten Beschaffungsstandards wollen wir unter anderem den sorgsam und ethisch angemessenen Umgang mit Tieren sowie den Schutz und die Erhaltung der biologischen Vielfalt sicherstellen (Fur Free Retailer seit 2016). Darüber hinaus legen unsere Beschaffungsstandards den verantwortungsvollen Umgang mit unseren Mitmenschen fest. So dürfen Prints auf T-Shirts beispielsweise nicht gewaltverherrlichend oder sexistisch sein. Unsere Beschaffungsstandards stehen auf unserer Website zum Download bereit.  
<https://corporate.zalando.com/en/corporate-responsibility/downloads-and-contact>

ö Gibt es ein Bonussystem für die Mitarbeiter des Einkaufs? Wofür werden Boni gezahlt? Nur für das billigste Angebot oder auch für nachhaltige Produkte, die in Fabriken hergestellt werden, in denen die MA einen existenzsichernden Lohn erhalten, Fabriken, die keine giftigen Abfälle in das Grundwasser ablassen und Frauen das gleiche Gehalt wie Männern zahlen?

Unsere Einkäufer werden nach denselben Kriterien bewertet, wie alle anderen Mitarbeiter auch: Es gibt bestimmte Zalando-Capabilities, die für alle Mitarbeiter gelten (Make It Happen, Team Up, Grow Stronger und Change the Game), in denen sich auch unsere Zalando-Werte widerspiegeln. Statt auf Boni setzen wir bei der Beurteilung der Leistung unserer Mitarbeiter auf Möglichkeiten zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung.

#### **Auditierung**

- Ihr Verhaltenskodex enthält größtenteils Selbstverständlichkeiten, die qua Gesetz eh schon eingehalten werden müssen
- Audit-Berichte werden von Herstellern selber in Auftrag gegeben und auch von ihnen bezahlt, das sagt schon viel über ihre Glaubwürdigkeit aus; man weiß, dass sie keine Verbesserungen bringen

- 506 Auditberichte hat Zalando ausgewertet: Wie war das Ergebnis? Dazu steht nichts im Geschäftsbericht! Andere Unternehmen führen detailliert auf, wo die Probleme liegen.

### Fragen:

Ø Wo also lagen die meisten Probleme bei Ihren Lieferanten, die von Audits festgestellt wurden?

Die größten Probleme haben wir in der Vergangenheit im Zusammenhang mit fehlerhaften Materialien und problematischen Inhaltsstoffen identifiziert. Die Erkenntnisse aus den Audits haben wir so gebündelt, dass sie bei Folgeaudits einen thematischen Schwerpunkt darstellen um den erforderlichen Fokus auf diesen Themen sicherzustellen

Um Geschäftspartnern beim Umgang mit diesen und weiteren Herausforderungen zu unterstützen investieren wir in unser Factory Improvement Program, das in den jeweiligen Ländern typische Herausforderungen angeht.

Ø Was tun Sie dagegen?

Unser Ethical Trade Team bewertet alle erhaltenen Audits anhand unserer internen Non-Compliance-Matrix. Die Matrix basiert auf den Standards, die in unserem Verhaltenskodex festgelegt sind, sowie auf lokalen gesetzlichen Anforderungen. Verstöße werden den Kategorien "gering", "wesentlich" und "kritisch" zugeordnet, die Produktionsstätte erhält eine Bewertung sowie einen Katalog mit Korrekturmaßnahmen.

Im Rahmen der Aktualisierung unseres Auditprogramms benötigen wir einen Audit, der innerhalb der letzten zwölf Monate durchgeführt wurde, um eine neue Produktionsstätte aufzunehmen. Wenn kritische Verstöße beobachtet werden, beginnen wir die Beziehung nicht ohne Belege dafür, dass die Verstöße beseitigt wurden. Im vergangenen Jahr haben wir die Aufnahme von 52 Produktionsstätten aus ethischen Gründen abgelehnt.

Für bestehende Produktionsstätten fordern wir alle zwölf Monate neue Audits an, um die Bedingungen in den Produktionsstätten zu überwachen und neu zu bewerten. Im Jahr 2017 haben wir 506 Auditberichte für neue und bestehende Produktionsstätten ausgewertet. Wird in einer bestehenden Produktionsstätte ein kritischer Verstoß festgestellt, benötigen wir für die Fortsetzung unserer Geschäftsbeziehung den Nachweis einer Verbesserung.

Die Ergänzung unseres Teams durch eine Niederlassung in Hongkong hat uns eine engere Zusammenarbeit mit unseren Partnern vor Ort ermöglicht. 2017 hat das Team 68 Produktionsstätten besucht. Unser Team in Hongkong arbeitet sehr intensiv mit unseren Partnern zusammen und entwickelt, je nach Problemlage und Herausforderungen vor Ort, spezifische Verbesserungsprogramme für die jeweiligen Produktionsstätten.

Ø Was tut Zalando, damit existenzsichernde Löhne bei seinen Lieferanten gezahlt werden?

Alle unsere Lieferanten und ihre Fabriken sind dazu verpflichtet, unseren Verhaltenskodex zu unterzeichnen. Dieser legt fest, dass alle Fabriken mindestens den örtlich festgelegten Mindestlohn zahlen, was wir wiederum durch unser Audit-Programm überwachen.

Mit unserem Factory Improvement Program (FIP) setzen wir uns dafür ein, die Arbeitsbedingungen für Arbeitnehmer zu verbessern, und konzentrieren hier einen großen Teil unserer Arbeit.

Ø Was tut Zalando, damit Frauendiskriminierung bei seinen Lieferanten in Indien und Bangladesch reduziert wird?

Auch hier gilt: Alle unsere Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex für Business Partner (auf unserer Website online zum Download) unterzeichnen. In unserem Ethikkodex haben wir

festgelegt, dass wir kein Mobbing tolerieren, ebenso wenig wie Diskriminierung, die auf ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beruht; Alle unsere Einkäufer werden zu den Inhalten unseres Verhaltenskodex regelmäßig geschult, sowie wir umfangreiche Maßnahmen bei unseren Eigenmarken zur Einhaltung von Menschenrechten ergreifen.

Dazu gehört, dass wir unsere Sozialstandards zu einem Teil der Lieferantenauswahl und -bewertung gemacht haben und gemeinsame Workshops zum Dialog über Erwartungen und die Entwicklung der Zusammenarbeit abhalten. Alle neu hinzukommenden Fabriken müssen einen aktuellen Bericht einer akkreditierten Audit-Firma vorlegen. In unserem Factory-Improvement-Programm arbeiten wir eng mit Experten in den jeweiligen Ländern zusammen.

Seit 2017 arbeitet zLabels mit der Sustainable Apparel Coalition (SAC), dem ECAP (European Clothing Action Plan) und der Better Work Initiative der ILO (International Labour Organisation) zusammen und ist Teil der Arbeitsgruppen der Ethical Trading Initiative für die Türkei und Mauritius.

Ø Was tut Zalando, damit sich die Beschäftigten bei den Zulieferern organisieren und für ihre Rechte eintreten können? Anmerkung: Auch in Ihren Logistikzentren sind die Mitarbeiter\_innen offenbar sehr unzufrieden, wie die hohe Fluktuationsrate von 25% zeigt. Löhne bei Zalando sind niedriger als bei Amazon, behauptet Enorm 5.7.2017

Auch hier: Alle unsere Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex für Business Partner unterzeichnen. Zu Arbeitsbedingungen, insbesondere der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, haben wir dort für unsere Geschäftspartner festgelegt, dass die Vereinigungsfreiheit der Arbeitskräfte und ihr Recht auf Kollektivverhandlungen gewahrt werden müssen. Die Arbeitskräfte dürfen nicht aufgrund einer Gewerkschaftsmitgliedschaft oder ihres Engagements in Betriebsräten diskriminiert werden.

Geschäftspartner dürfen weder Einfluss auf die Versammlungen der Arbeitskräfte nehmen, noch dürfen sie die Arbeitskräfte an der Teilnahme an diesen Versammlungen hindern - sofern letztere nach den Gesetzen des Landes zulässig sind, in dem sie stattfinden.

Wo die Vereinigungsfreiheit der Arbeitskräfte und ihr Recht auf Kollektivverhandlungen von der nationalen Gesetzgebung eines Landes eingeschränkt sind, müssen die Geschäftspartner die Entwicklung entsprechender Möglichkeiten und Strukturen für Kollektivverhandlungen und Arbeitnehmerorganisationen fördern und dürfen sie nicht behindern.

In unserer Logistik halten wir uns an Sozialstandards, deren Einhaltung sowohl intern als auch bei unseren Logistik-Partnern überprüft wird. Zu unseren Maßnahmen für gute und moderne Arbeitsbedingungen gehören unter anderem eine Arbeitskultur, in der jeder gleichermaßen geschätzt und behandelt wird – unabhängig von Hierarchie-Level, Geschlecht, Alter, Herkunft oder anderen persönlichen Eigenschaften. Gleiche Entlohnung von Zeitarbeitern und Festangestellten (Equal Pay), kontinuierliche Entfristung der Verträge, Elternsichten zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie, kostenfreies Obst und Wasser und verschiedene Sportangebote. Laut unserer letzten Mitarbeiterumfrage geben 76 Prozent unserer Mitarbeiter in der Logistik an, zufrieden bei Zalando zu sein. 82 Prozent fühlen sich von ihrer Führungskraft fair und respektvoll behandelt und 77 Prozent macht ihre Aufgaben Spaß.

Was uns in der Logistik besonders wichtig ist: Wir möchten die Arbeitsbedingungen gemeinsam mit den Mitarbeitern gestalten. Ein konstruktiver Austausch mit den Kollegen gehört deshalb an allen Standorten von Beginn an zur gelebten Praxis. In den Logistikzentren in Brieselang, Mönchengladbach und Erfurt gibt es Betriebsräte, mit denen wir ebenfalls vertrauensvoll zusammenarbeiten.

## FIP

Laut Geschäftsbericht 2017 stammen 20 % Ihrer Produkte aus Produktionsstätten, die an dem Factory Improvement Programm (FIP) = Verbesserungsprogramm teilnehmen, 2018 soll der Anteil auf 25% erhöht werden.

Frage: Warum ist der Anteil mit 20 bzw. 25% so gering?

Als noch recht junges Unternehmen sehen wir die Zahl bereits als guten Fortschritt an und arbeiten aktiv daran, sie kontinuierlich weiter zu erhöhen.

## **4. Zalando Lieferanten in Bangalore – fehlende Kinderbetreuung in den Fabriken**

FEMNET und unser Partner in Indien Civedep schrieben im Januar 2018 einen Brief an Zalando. Zwei seiner Zulieferer haben keine adäquate Kinderbetreuung in den Fabriken, die in Indien laut Gesetz vorgeschrieben sind. Es fehlen Bücher und anderes Lernmaterial und nur Kinder von Facharbeiterinnen werden aufgenommen. Auch geben die Fabriken den schwangeren Frauen keinen Medical Bonus und kostenlose medizinische Betreuung vor und nach der Geburt, wie gesetzlich vorgeschrieben. FEMNET und Civedep haben Zalando in ihrem Schreiben vom Januar gebeten, 11 Fragen zu ihren Zulieferern zu beantworten.

Erst auf nochmalige Nachfrage erhalten wir eine Antwort im Februar von Herrn Hoenig-Ohnsorg von Zalando. Die Antwort war: Wir lassen in den Fabriken nicht produzieren.

Dies stimmt aus unserer Sicht nicht, was wir Zalando auch mitgeteilt haben, denn die Daten sind von Exportstatistiken von 2017. Möglicherweise produziert Zalando in 2018 nicht mehr dort, aber das ist unerheblich, da das Unternehmen dort 2017 Waren bestellt hat und seine Lieferanten sind zur Einhaltung von Gesetzen verpflichtet.

Hieran sehen Sie im Übrigen, wie notwendig es ist, dass Zalando seine Lieferkette offenlegt.

Immerhin gab es ein Telefongespräch zwischen Zalando und Civedep im April, danach hatte man bei Zalando keine Zeit mehr bis Juni, um auch mit FEMNET zu sprechen.

Vorgestern Abend erhalte ich plötzlich eine E-mail, in der Zalando sich bereit erklärt, seinen Zulieferer aufzufordern, an den Trainings teilzunehmen, die unser Partner Civedep angeboten hat zu vermitteln. Schön, das freut uns. Allerdings hat Zalando wieder nicht auf unsere Fragen geantwortet



**Frage:** Ist Zalando bereit, unsere 11 Fragen aus unserem Schreiben vom Januar zu beantworten?

Ein konstruktiver Austausch mit Marken, Organisationen, Beratungsfirmen, NGOs und Regierungen ist uns sehr wichtig. Um diesen Austausch auch mit Femnet und Cividep zu ermöglichen, haben wir bereits zwei Telefonkonferenzen initiiert und im direkten Gespräch sowie per Email zu den beanstandeten Punkten Stellung bezogen.

Wir stehen darüber hinaus mit dem von Femnet und Cividep bezeichneten Zulieferer in Bangalore in engem Kontakt und haben angeboten, einen direkten Kontakt zwischen Cividep und dem Zulieferer herzustellen um einen unmittelbaren Austausch und Workshops zu ermöglichen. Dazu haben wir kein Feedback erhalten.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette vor Ort durch unsere Factory-Improvement-Programme (FIP) zu verbessern. In Indien haben wir verschiedene FIPs unterstützt und vor kurzem begonnen, mit dem Swasti Life Programm vor Ort zusammen zu arbeiten. Dieses Programm soll Menschen und Gemeinden in die Lage versetzen, ein gesundes Leben durch Selbsthilfegruppen in teilnehmenden Fabriken zu führen, darunter unsere Fabrik in Bangalore. Das Programm konzentriert sich auf die Verbesserung der Fähigkeiten von Frauen mit Lebenskompetenzen, die ihnen helfen, die Herausforderungen des Lebens zu meistern, insbesondere in den Bereichen Gesundheit und Ernährung, reproduktive Gesundheit, finanzielle Bildung und geschlechtsspezifische Gewalt. Wir sind uns wie gesagt bewusst, dass viele Probleme in unserer Lieferkette in den Ländern, in denen wir arbeiten, endemisch sind und nicht allein gelöst werden können. Daher stehen wir Kooperationen und Austausch immer offen gegenüber.

## **5. Mitgliedschaft bei SAC**

**Frage:** Warum ist Zalando nicht Mitglied beim deutschen Textilbündnis ?

Kein Stakeholder kann so viel bewirken wie wir alle zusammen. Daher ist uns ein übergreifender Austausch wichtig. Als internationale Firma mit einer internationalen Supply Chain müssen wir uns auf internationale Bündnisse konzentrieren. Deshalb sind wir mit unserer Eigenmarkenfirma zLabels, die als Produzent der relevantere Partner ist, Mitglied der Sustainable Apparel Coalition. Die SAC wiederum ist eine Arbeitsallianz mit dem Textilbündnis eingegangen. Mit dem Sekretariat des Textilbündnis stehen wir darüber hinaus in kooperativem Kontakt und planen gerade bei Themen wie Digitalisierung oder e-tail einen engeren fachlichen Austausch.

## **6. Frauenanteil in Leitungsfunktion bei Vorstand und Aufsichtsrat**

Ø Derzeit ist keine Frau im dreiköpfigen Vorstand

Ø Nur 2 Frauen von 9 Personen sind im Aufsichtsrat

Ø Auf Ebene unter Vorstand: nur 11% - soll auf 25% in 2022 erhöht werden

Ø Auf 2. Ebene unter Vorstand liegt Frauenanteil bei 19%, soll auf 30% bis 2022 angehoben werden.

**Frage:** Warum soll Frauenanteil in Führungspositionen erst so spät angehoben werden?

Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen ist für uns ein zentrales Thema, das wir mit konkreten Zielen hinterlegt haben. Bis 30. Juni 2022 soll der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unter dem Vorstand auf 25 % und für die zweite Ebene auf 30 % gesteigert werden. Bei dem Ziel handelt es sich um die Erfüllung des §76 (4) AktG. In unserer internen Strategie haben wir uns darüber hinaus Ziele bis 2020 gesetzt. Als Maßnahmen zur Steigerung des Frauenanteils

legen wir unseren Fokus auf die drei Bereiche Recruiting, Beförderungspraxis, Fluktuation. Um nachhaltige Veränderungen zu bewirken benötigen die Maßnahmen Zeit für die Umsetzung. Diversität ist für uns ein langfristiges Thema und kein kurzfristiger Ansatz, insbesondere auch bei der Entwicklung interner Kandidaten.

Die Themen Inclusion und Diversity (I&D) sind fest in der Unternehmenskultur von Zalando verankert und unserer Meinung nach wichtige Voraussetzungen für Erfolg. Eine "inklusive" Kultur, in der sich jeder wertgeschätzt fühlt, ist dabei für uns wesentliche Voraussetzung dafür, dass bei uns Personen mit vielfältigen Hintergründen gut zusammenarbeiten und wir als Unternehmen innovativ sind. Bei Zalando arbeiten Mitarbeiter aus mehr als 100 Nationen. Auch in der Logistik ist dieser Grundsatz gelebter Alltag mit Trainings für interkulturelle Sensibilität, Gehörlosen-Teams und Initiativen zum jährlichen Diversity Day. Die Diversity Guild startete anfangs nur im Bereich Tech, wurde mittlerweile aber auf das ganze Unternehmen mit Veranstaltungen und konkreten Maßnahmen ausgeweitet. Zusätzlich sind wir mittlerweile offizielles Mitglied bei der Charta der Vielfalt.

## **English version:**

### **Speech by Gisela Burckhardt, FEMNET, at the Annual General Meeting 2018 of Zalando on May 23, 2018 in Berlin**

#### **Zalando: What the company writes and does**

##### **1. Sustainability - Seal**

In its 2017 Annual Report, Zalando claims that "Our goal is to become a leading online destination for sustainable fashion." Many beautiful promises, but what does Zalando really do?

The vast majority of products which Zalando offers on its website are not sustainable. Zalando has only a small range of sustainable products.

For the products which Zalando does not expressly highlight as "sustainable fashion", the company does not set its own sustainability standards. Zalando is therefore not making any effort to associate its young brand with minimum standards in terms of sustainability. Zalando does not use its high profile and market leadership to buy more ethically produced clothing and shoes. Instead, the company is only interested in increasing consumption and, in doing so, increase the associated consumption of resources.

Concerning the so-called sustainable offer:

The website says: "We currently only include articles in our sustainable range that have at least one certificate - such as the Global Organic Textile Standard (GOTS) or Fairtrade". This would be nice, but it is not true, as many articles only have references to BCI.

Ø Sustainable fashion is hard to find on the website, and although there is free style advice, where is free advice on sustainable fashion?

**We want to use our expertise in tech and fashion today to offer our customers an attractive offer and transparency in order to make well-founded purchasing decisions. Sustainability flagged products**

specify the label on the product detail page. For example, we offer the opportunity to search the Fashion Store for labels such as Fair Trade, vegan or organic cotton and are continuously expanding this offer. On request, our Zalando stylists can offer you outfits from sustainability flagged articles- free of charge.

Ø For men and women there is the sub-category "new" including a section on sustainable fashion, and for children under "Brands" you can find sustainable products. Everything is quite hidden and at the end of the rather feeble offer there are always references to other brands, not so sustainable - can you become the leading online destination for sustainable fashion with such a hidden offer?

Our goal is to be one of the leading online shopping destinations for sustainable fashion by 2020. For us, this means offering our customers transparent navigation options through our sustainable fashion range, constantly improving our ecological and social footprint of our private label products and joining forces with new partners and experts to promote sustainability in the fashion industry. This is also why we are explicitly referring to sustainability in our top-navigation or with a flag in the store. As the market for sustainable fashion is still small (under 1%), this is reflected in our assortment. However, we want to continuously increase our selection of sustainable fashion by 2020, which in turn will increase visibility and our ability to recommend the right sustainable products in our "Get the Look" section.

Ø Shirts are also listed, e.g. by Esprit, although there is no explanation of what is involved. The explanation of the sustainability label can be found on the product detail page, clearly visible next to information such as material and care instructions. All products highlighted to our customers with the sustainability flag in our catalogue carry the specific information on the product detail page, be it a certification or Zalando labels. We have Zalando labels because many brands are not certified for various reasons, but use more sustainable materials or practices that we think customers deserve to know about. One example is the "Environmentally-Friendly Materials" label, which highlights products that contain sustainably-sourced materials or are less harmful to the environment. To select our materials, we use third-party guidelines and verified life cycle assessment data such as Textile Exchange's Preferred Fibres report, MADE-BY's Environmental Fibre Benchmark and the Material Sustainability Index developed by the Sustainable Apparel Coalition. Examples include TENCEL® / Lyocell, linen and hemp.

Ø In addition to certificates, Zalando lists its own GOTS and IVN certifications such as "environmentally friendly materials", including cotton, certified by BCI (Better Cotton Initiative)

See answer above. Again we want to pass on as much sustainability information about the products we carry to the customer, not limited to certifications (not very widely used). We are constantly working on expanding our sustainability labels and improving our product information, in cooperation with partners and experts.

Ø Better Cotton Initiative allows genetically modified seeds and the use of chemicals, just a little less than conventional cotton - this is not organic.

All labels and certificates have very different requirements and focuses, however we want to pass on sustainability related product attributes to our customers. We are constantly working on our sustainability labelling to make it clear to customers why we highlight products as sustainable and what the difference is between the individual labels and certificates. For more information on the positive economic, environmental and social performance of the Better Cotton Initiative, please visit <https://bettercotton.org/stories-from-the-field/>

Questions:

1. How high is the share of so-called Sustainable Fashion in Zalando's overall range?

We decided to flag sustainability related information for products as a benefit for customers who are interested however this is only a start. In Germany alone we currently offer over 6,000 products on our website. Compared to the entire range, this may only be a small percentage, but given the current market for sustainable fashion which is lower than 1% of the entire market, we feel it is already a very strong offer. The market and range are constantly evolving and we will be able to offer more products with sustainability attributes in the coming years. In addition we do not yet cover all sustainability related information of all products in the shop - we are working on this. Also, all products in our fashion store have to meet basic sustainability standards enshrined in our Code of Conduct and Ethical Sourcing Standards.

2. Why is there a "Zalando Organic Cotton Label" - an uncertified label of its own - and at the same time the credible GOTS label or FT label?

Certifications are important, which is why we explicitly list some (GOTS, OCS, Fairtrade, etc) on the product page, together with certificate number and certification body. For example: <https://www.zalando.de/knowledge-cotton-apparel-basic-regular-fit-o-neck-tee-t-shirt-basic-kn222o011-m12.html>. However, we are aware that an exclusive focus on certificates does not reflect reality, and that many sustainable products exist which are not identified as such. Many brands are not certified for various reasons, for example even though they may use organic cotton in their products. In order to make this information transparent to our customers, we have extended beyond certificates and introduced the label "Zalando Organic Cotton". Products with this label provide proof of purchase of organic cotton (e.g. OCS transaction certificates). Our customers will find the description of all certificates and our Organic Cotton Label on the product page.

We want to bring sustainability out of its current niche and inform customers transparently about sustainability initiatives at brand and product level. In this way, we hope to make sustainability more visible and give customers a better basis for their purchasing decisions.

Zalando could:

è make sustainable fashion much more visible, so that more people find and buy it,  
This is exactly what we are trying to do.

è compare all articles on its platform with GOTS or Fairtrade-certified alternatives.

We believe that there is no black and white, just like there is no clear stamp for what is "sustainable" or "unsustainable". In our opinion, a comparison would therefore be counterproductive, also in the context of gradual improvements in social and environmental standards across the fashion industry. Instead we want to provide information in an accessible way, giving customers a basis to shop according to their own preferences.

è provide the website visitor with information for sustainable purchasing decisions for all articles on its platform (e.g. shelf life, energy consumption/CO2 emission/drinking water consumption during production, supply chain)

Our goal is to be one of the leading online shopping destinations for sustainable fashion by 2020. For us, this means continuously increasing our selection of sustainable fashion by 2020 and offering our customers transparent navigation options. For this we are also reliant on the industry, and since the estimated share of sustainable fashion in the overall market is only 1%, the offer is unfortunately still limited. We are working closely with our brand partners to change this, and have therefore decided to

make sustainability attributes of the products we offer visible on our website, in order to increase awareness and information available to our customers.

## 2. Transparency

Annual Report 2017: "Gaining transparency throughout the supply chain is an important focus for us, and in 2017 we began a tier mapping exercise for tier 2 processes in order to trace and track our sourcing partners along this tier." Congratulations, that's a good start!

However, that information remains secret and none of it is publicly available! Not even tier 1, i.e. the supply chain up to assembly, is disclosed by Zalando under its own brands! There are other brands who are already much further along, such as Esprit, Hugo Boss, Tchibo, Lidl, Aldi and many more.

Here the contrast between what you say and what you do becomes particularly clear. You do what most companies do: make everything sound nice, but do nothing or even the opposite of what you promise.

Question: When will Zalando disclose its supply chain?

We attach great importance to creating transparency and ethical conditions in the supply chain of our young private labels (zLabels), as demonstrated through various measures (social standards, audit programs, Factory Improvement Program, etc). We currently publish the number of suppliers and factories with which zLabels cooperates as well as the sourcing countries and respective volume of goods sourced in percent in the Annual Report.

The publication of a factory list is an important step, but only part of all the work zLabels is currently doing to create better and more stable relationships with the supply chain, thereby helping to create better working conditions and more sustainable business practices.

In recent years, the team has worked hard to build closer relationships with suppliers and implement programs to improve the factories that go beyond auditing and support factories "on the ground". We have transparently communicated all capacity-building measures and training programs that zLabels implements in sourcing countries with partners such as ILO Better Work. 20% of zLabels products are currently manufactured in factories participating in one of these programs, which zLabels plans to expand to 25% by the end of this year. Many challenges in this area cannot be solved alone and we therefore actively participate in industry alliances.

We have placed a large focus on creating traceability throughout our supply chain to firstly understand where our products are coming from beyond our Tier 1 suppliers and will continue this work in the coming years. zLabels' goal is to publish the most important strategic Tier 1 business partners that make up a large part of the business by the end of 2019 and to continuously expand this list. We recognize that many of the problems we face are endemic in the fashion industry and that this work marks the beginning of a long journey of collaboration with other brands, organizations, consultancies, NGOs and governments. As a young company, this represents a great challenge for zLabels, which the team is actively taking on.

## 3.. supply chain of own brands - auditing

Zalando sources goods from 272 suppliers and 450 production sites. zLabels consists of 17 different private labels which source products from 24 different countries. The most important procurement countries are China (46%), Turkey (10%), India (10%) and Bangladesh (8%).

### Questions:

Ø Your 2017 Annual Report states: "Under the leadership of our purchasing team, we also run a Supplier Partnership Program (SPP) at zLabels that evaluates supplier performance based on factors such as quality, ethical trade, product safety, logistics and finance. What exactly does "ethical trade" mean here? What criteria do you use as a basis?

We are aware of our responsibility towards people and the environment in our supply chain. For all products offered on our platform we want to ensure the careful and ethically correct handling of humans, environment and animals. All suppliers, factories and business partners must sign our Code of Conduct, which is based on the principles of the Universal Declaration of Human Rights (UDHR) and the Conventions of the International Labour Organization (ILO). Through our company-wide sourcing standards, which have been in place since 2014, we also aim to ensure the careful and ethically appropriate treatment of animals and the protection and conservation of biodiversity (Fur Free Retailer since 2016). In addition, our sourcing standards define the responsible treatment of our fellow human beings. Prints on t-shirts, for example, must not glorify violence or promote sexism. Our procurement standards are available for download on our website:  
<https://corporate.zalando.com/en/corporate-responsibility/downloads-and-contact>

Ø Is there a bonus system for employees? What are bonuses paid for? Only for the cheapest supply or also for sustainable products produced in factories where the MA receives a living wage, factories that do not dump toxic waste into groundwater and women pay the same salary as men?

Our buyers are evaluated according to the same criteria as all other employees: There are certain Zalando Capabilities that apply to all employees (Make It Happen, Team Up, Grow Stronger and Change the Game), which also reflect our Zalando values. Instead of bonuses, we focus on opportunities for personal and professional development when assessing the performance of our employees.

### Auditing

Your Code of Conduct contains predominantly self-evident statements which are already required by law.

Audit reports are commissioned and paid for by manufacturers themselves, which says a lot about their credibility; we know that they do not bring about improvements. Zalando evaluated 506 audit reports: what was the result? There is nothing in the Annual Report! Other companies list in detail where the problems lie.

### Questions:

Ø What were the most common problems with your suppliers identified by audits?

In past audits we identified that the biggest problems were related to defective materials and problematic substances. We have comprised these findings into key focus areas, in order for them to be systematically addressed in follow-up audits.

To help our business partners meet these and other challenges, we invest in our Factory Improvement Program, which addresses typical challenges in each country.

Ø What do you do about it?

Our Ethical Trade Team evaluates all audits received using our internal non-compliance matrix. The matrix is based on the standards set out in our Code of Conduct as well as local legal requirements. Non-compliances are clustered into "minor", "major" and "critical", a rating is given to the factory, and a Corrective Action Plan (CAP) is sent.

As part of the updates to our audit program, we now require an audit that has been conducted within the past twelve months to set up a new factory. If critical findings are observed, we do not begin the relationship without evidence that the existing findings have been remediated. In the past year, we rejected the onboarding of 52 factories due to ethical trade concerns.

For our existing factories, we request new audits every twelve months to monitor and reassess factory conditions. In 2017, we evaluated 506 audit reports for new and existing factories. If a critical instance of non-compliance is found at an existing factory, we require evidence of improvement to continue our business relationship.

The addition of a new Ethical Trade Team based in Hong Kong has enabled us to develop closer relationships with our partners at source. Our Ethical Trade Team visited 68 factories in 2017. Our team based in Hong Kong also works closely with our partners and their factories to develop customized improvement plans based on the challenges faced by individual factories.

Ø What does Zalando do to ensure that living wages are paid to its suppliers?

All our suppliers and their factories are required to sign our Code of Conduct, which stipulates that all factories pay at least the local minimum wage, which we monitor through our audit program. With our Factory Improvement Program (FIP), we are committed to improving working conditions for employees and concentrate a large part of our work here.

Ø What is Zalando doing to reduce discrimination against women among its suppliers in India and Bangladesh?

Again, all our business partners must sign our Code of Conduct for Business Partners (downloadable online from our website). Our Code of Ethics states that we do not tolerate bullying or discrimination based on ethnicity, gender, religion or belief, disability, age or sexual orientation; all our buyers receive regular training on the content of our Code of Conduct and we take extensive action regarding our private labels to ensure compliance with human rights.

This includes making our social standards part of the supplier selection and evaluation process and holding joint workshops to discuss expectations and the development of our cooperation. All new factories must submit a current audit by an accredited audit firm. In our Factory Improvement Program, we also work closely with experts in the respective countries.

Since 2017 zLabels has been working with the Sustainable Apparel Coalition (SAC), the ECAP (European Clothing Action Plan) and the ILO (International Labour Organisation) Better Work Initiative and is part of the Ethical Trading Initiative working groups for Turkey and Mauritius.

Ø What is Zalando doing to help suppliers' employees organise and defend their rights?

Note: Also in your logistics centres the employees are obviously very dissatisfied, as the high fluctuation of 25% shows. Wages at Zalando are lower than at Amazon, as quoted by Enorm on 5.7.2017.

Again, all our business partners must sign our Business Partner Code of Conduct. With regards to working conditions, in particular freedom of association and the right to collective bargaining, we stipulate that our business partners must respect freedom of association of workers and their right to

collective bargaining. Workers must not be discriminated against on the grounds of union membership or involvement in work councils.

Business partners shall not influence the meetings of workers, nor shall they prevent workers from attending such meetings, provided the latter are permitted by the laws of the country in which they are held.

Where workers' freedom of association and their right to collective bargaining are restricted by the national legislation of a country, business partners must develop appropriate opportunities and structures for collective bargaining.

In our logistics centres we adhere to social standards and compliance is checked both internally and by our logistics partners. To ensure good and modern working conditions we promote a company culture in which everyone is equally valued and treated - irrespective of hierarchy level, gender, age, origin or other personal characteristics. We also provide equal pay for temporary and permanent employees, continual increase of permanent contracts, parental shifts for a better work-life balance, free fruit and water and various sports activities. According to our latest employee survey, 76 percent of our logistics employees say they are satisfied with Zalando. 82 percent feel that their managers treat them fairly and respectfully and 77 percent enjoy their work.

What is particularly important to us in our logistics centres is to shape working conditions together with our employees. A constructive exchange with colleagues at all locations has therefore been part of everyday practice right from the start. In the logistics centres in Brieselang, Mönchengladbach and Erfurt there are work councils with which we also work together in a spirit of trust.

## FIP

According to the 2017 Annual Report, 20% of your products come from factories participating in the Factory Improvement Program (FIP), which is to be increased to 25% by 2018.

Question: Why is this proportion so low at 20-25%?

As a relatively young company, we believe this figure demonstrates positive progress and are actively working to continuously increase it.

## 4th Zalando's suppliers in Bangalore - lack of childcare in factories

In January 2018, FEMNET and our Indian partner Cividep wrote a letter to Zalando, stating that two of its suppliers do not have adequate childcare in the factories required by law in India. Books and other learning materials are missing and only children of skilled workers are accepted. The factories also do not give pregnant women a medical bonus and free medical care before and after birth, as required by law. FEMNET and Cividep asked Zalando in their January letter to answer 11 questions about their suppliers.

We only received an answer from Mr. Hoenig-Ohnsorg of Zalando in February after contacting him a second time. The answer was: we do not source from these factories.

As we told Zalando, we do not believe this to be true, as the data is taken from export statistics for 2017. This may not be where Zalando is sourcing in 2018, but



this is irrelevant as the company ordered goods there in 2017 and its suppliers are obliged to comply with laws.

You can also see from this how necessary it is for Zalando to disclose its supply chain.

A phone call did indeed take place between Zalando and Cividep in April, but Zalando had no time to talk to FEMNET until June.

Two nights ago I suddenly received an email, in which Zalando agreed to ask its supplier to take part in the trainings offered by our partner Cividep. That is positive and we are pleased. But again Zalando did not answer our questions.

Question: Is Zalando ready to answer our 11 questions from our January letter?

A constructive exchange with brands, organisations, NGOs and governments is very important to us. In order to facilitate this exchange with Femnet and Cividep, we have already initiated two telephone conferences and commented on the points in question both directly and by email.

We are also in close contact with the Bangalore supplier highlighted by Femnet and Cividep and have offered to establish direct contact between Cividep and the supplier to enable direct exchange and workshops.

We are committed to improving working conditions in our local supply chain through our Factory Improvement Programs (FIP). In India, we have supported several FIPs and recently started working with the Swasti Life program in India. This program is designed to enable people and communities to lead healthy lives through self-help groups in participating factories, including our factory in Bangalore. The programme focuses on improving the skills of women to help them meet life's challenges, particularly in the areas of health and nutrition, reproductive health, financial education and gender-based violence. As already mentioned, we are aware that many problems in our supply chain in the countries where we work are endemic and cannot be solved alone. That is why we are always open for cooperation and exchange.

## 5. Membership in SAC

Question: Why is Zalando not a member of the German Textilbündnis / Textile Alliance?

No single stakeholder can achieve as much as all of us together. That is why a comprehensive exchange is important to us. As an international company, we need to focus on international alliances. That is why we are a member of the Sustainable Apparel Coalition through our private label company zLabels, which is the more relevant partner as a producer. The SAC, in turn, has entered into a working alliance with the Textilbündnis / Textile Alliance. We are also in cooperative contact with the secretariat of the Textile Alliance and are planning a closer professional exchange, particularly on topics such as digitisation or e-tail.

## 6. Proportion of women in management positions on the Management Board and Supervisory Board

Ø There are currently no women on the three-member Executive Board

Ø Only 2 women out of 9 are on the Supervisory Board

Ø At board level: only 11% - to be increased to 25% in 2022

Ø At the 2nd level below the Executive Board, the proportion of women is 19% and is to be increased to 30% by 2022.

Question: Why should the proportion of women in management positions be increased so late?

A balanced relationship between men and women is a central issue for us, which we have defined with concrete goals. By June 30, 2022, the proportion of women in the first management level under the Executive Board will be increased to 25 % and for the second level to 30 %. The objective is the fulfilment of §76 (4) AktG. In our internal strategy, we have also set targets for 2020. As measures to increase the proportion of women in leadership, we focus on the three areas of recruiting, promotion practice and fluctuation. To bring about sustainable change, the measures need time to be implemented. Diversity is a long-term issue for us and not a short-term approach, especially when developing internal candidates.

Inclusion and Diversity (I&D) are firmly anchored in Zalando's corporate culture and, in our opinion, are important prerequisites for success. An "inclusive" culture in which everyone feels valued is essential for us to ensure that people with diverse backgrounds work well together and that we are innovative as a company. Zalando employs people from more than 100 nations. In logistics, this principle is also already a reality with training courses for intercultural sensitivity, teams of with hearing impaired colleagues and initiatives for the annual Diversity Day. Diversity Guild initially only started in the tech sector, but has since been extended to the entire company with events and concrete measures. In addition, we are now an official member of the Diversity Charter.